

POESÍA Y «MEDIACIÓN»

POETRY AND 'MEDIATION'

Virgilio TORTOSA
Universidad de Alicante

Resumen: Poco margen deja el mercado para la creación de una obra plenamente autónoma a los impulsos de un tiempo mediático. Los *mass media* dinamizan el total de la realidad, incluida la creación lírica de nuestro tiempo, administrando el ritmo y sus modos de dinamización. Los poetas, las más de las veces, se pliegan a las exigencias mediáticas que modulan la obra y el modo de lectura, cuando no parten de su alianza connatural. Las pantallas de toda clase resultan mediadoras inevitables que construyen la realidad poética ya pasada ya presente, en un ejercicio de criba y reinstauración inéditos. Se propone una reflexión de los procesos creativos —ya contemporáneos, ya históricos—, rediscursivizados en nuestro presente desde la *remediación* que generan los dispositivos difusores de nuestro tiempo.

Palabras clave: Poetas nativos digitales; Slam poetry; Micropoesía; Nanopoesía; Pintada poética; Videocreación poética; Wattpad; *Influencers*; Instapoetas.

Abstract: Little margin is left by the market for the creation of a work fully autonomous from the impulses of a media age. The *mass media* dynamize the totality of reality, including the lyrical creation of our time, managing the rhythm and its modes of dynamization. Poets, more often than not, submit to the media demands that modulate the work and the way of reading, when they do not start from their connatural alliance. Screens of all kinds are inevitable mediators that build poetic reality already past and present, in an unprecedented exercise of screening and reinstatement. It proposes a reflection of the creative processes —already contemporary, already historical—, rediscursivized in our present from the *remediation* generated by the disseminating devices of our time.

Key words: Digital native poetry; Slam poetry; Micropoetry; Nanopoetry; Poetic graffiti; Poetic videocrecreation; Wattpad; Influencers; Instapoets.

1. Conocimiento vs. comunicación

Una ya vieja querrela entre quienes entendieron la poesía como «conocimiento» y quienes como «comunicación» enfrentó a poetas de primera y segunda generación de posguerra, proyectándose desde ese momento a promociones posteriores de *letraheridos*. Aclaremos de entrada que la «mediación» del título concierne a esa segunda opción, ante la imposibilidad de negar el componente medial formal o retórico, e incluso *remedial*, de la poesía¹. La siguiente generación, precisamente, llamada novísimos o del 68 (a veces de los 70) será la que involucre el poder de los medios, y de la cultura de masas, en una parte considerable de su estética, con un lugar central que ocupará buena parte de su imaginario con, por ejemplo, Marilyn Monroe como musa mediática. Podríamos añadir más genéricamente que imposible desligar la especificidad del lenguaje de su inevitable difusión, pero también del conocimiento humano que en sí (de forma intrínseca) genera el mismo. Un nuevo estadio, en cambio y al respecto, es el que recorre la lírica de nuestro tiempo desde principios del nuevo siglo con la madurez de las redes sociales a la que se enfrentan los nuevos poetas nacidos ya nativos digitales.

2. La insoslayable «mediación»

Lo cierto es que nunca resultó más sencillo difundir lo escrito y llegar a más amplio público que el actual de las redes digitales. Hasta hace apenas varias décadas los poetas quedaban obligados a abrirse camino a través de premios literarios y colecciones que dieran cancha a incipientes tentativas de suerte rompedoras con lo estatuido, mientras que hoy una pléyade de webs, blogs, revistas digitales, portales especializados, etc., etc. quedan a disposición del iniciante (no ya como simple postulante sino como practicante de las mismas). Parece lugar connatural la red a todo poeta que se precie. Y, muy en especial, más que cualquier dispositivo de recepción el móvil (*smarthphone*) por ser eje central que dirime —y centraliza— el sentido de nuestras vidas: receptáculo instantáneo de información pero también *confesionario* a decir de alguien (Fanjul, 2021), propia *alma* incluso (de otro alguien como B. Izaguirre). Antologías recientes de poetas «nativos digitales» así lo plantean sin el menor rubor como *Millennials: Nueve poetas* de G. Torné, o estudios específicos como el de Martín Rodríguez-Gaona titulado *La lira de las masas. Internet y la crisis de la ciudad letrada*. No sólo es el soporte de la difusión de la obra de quienes han crecido con el mundo digital a su alcance sino incluso —por ello mismo— ámbito de inspiración e incluso soporte tecnológico para la creación. Emergen nuevas formas de lectura pero también de construcción y escritura textual poética, propiciando así transformaciones epistemológicas de la concepción del producto final. Dejaré de lado por razones obvias aquí la llamada poesía digital o ciberpoesía para centrarme estrictamente en la poesía analógica y analógica migrada a la pantalla. Deberíamos tener siempre presente que (la) comunicación resulta esencial al ser humano desde prácticamente su salida de las cavernas, que el principio de los medios de comunicación no hace más que mediar entre un emisor y un receptor, pero que el término anglosajón puesto de relieve en pleno siglo XX de *mass media* no hace sino relacionar el medio con el atributo de la estructura social de masas, institucionalizada la comunicación y dirigida al

1 Para una panorámica amplia y bien documentada de la polémica ver Rosa Benítez Andrés, «Poesía como conocimiento frente a poesía como comunicación: una querrela de largo recorrido», en *Rilce*, 35.2, pp. 347-370.

gran público de forma amplia e impersonal. Una auténtica «actual borrachera de comunicación, cuya resaca» viene ocupando cuanto llevamos de siglo, cuando menos (Debray, 2000: 19). Una sensación *deificante* de ubicuidad (mundialización), *domesticando el espacio* en detrimento del *tiempo* que se resiste a esa subyugación. Pero nunca deberíamos olvidar que transmitir es *organizar, jerarquizar* lo dicho (Debray, 2000: 25), acaso canonizar. Porque esa forma de compartir lingüística y simbólicamente la realidad con su producción de hechos está en la base íntima de la *comunicación* humana en tanto *comunidad* social (unión común) entre individuos de una sociedad.

No en vano, «comunicación» procede etimológicamente de la misma raíz latina que *comunidad* (de «communis», «communicare»). Su importancia, pues, se mide en la capacidad conectiva de significados simbólicos para una comprensión común de esa realidad². Ahí es donde aparece inevitablemente el término sobre el que aquí pivota toda la argumentación: *mediación*, procedente del latino *mediare* («estar en medio, interponerse», «el que está en el centro, en el corazón, intermediario entre dos extremos» [Debray, 2020: 159]), proceso y no estado, por el que un intermediario se interpone entre dos o más seres o realidades, poniendo en contacto lo que no de otro modo tendría lugar, dispositivo mediador. Un desborde comunicativo en plena *mediasfera* globalizadora, susceptible de magnificar cuanto impregna (logo-, grafo-, video- o hiperesfera) (Debray, 2020: 171). Una revolución que transforma la faz de la creación aunque como siempre su resultado dependerá de su propio uso. En realidad, el ejercicio del propio escritor es mediar entre la realidad de su figuración o ficción y todo lector potencial. Hermes, en la mitología griega, es mediador entre los dioses y los humanos llevando el mensaje de los unos a los otros; en el cristianismo el *medium* nos anuncia la intermediación: Jesucristo respecto a Dios. Pues nunca nada se nos ofrece directo, ni en la esfera de los dioses, ni en la música que requiere de sus intérpretes para su materialización, ni en el proceso de enseñanza con el profesorado, ni en la vida pública con los políticos, ni en la nueva Internet que requiere también de mediadores para su ejecución (Debray, 2020: 163). Así, pues, la *escritura*, cabe recordar, logro inmejorable de la humanidad (de origen siriofenicio vía griega y latina en nuestras lenguas románicas) es el primer medio (frente a las tiras de cómic, los diagramas visuales o jeroglíficos...). Por otra, una lengua (por ejemplo, nuestro español) no siendo natural sino conformante cultural, adopta la naturalidad de su uso en tanto resultante de una —convencional— conformación nacional (del latín *nascitur*, deriva nacer, lugar originario): proceso político, militar, social, etc.: «Ese código remite a un grupo social históricamente constituido.», dirá al respecto Debray (2000: 58).

Así, asentados sobre un auténtico océano de *mediación* comunicativa, también la poesía se mueve a merced de los tiempos. Esa gran tela de araña que es Internet alcanza a una parte sustancial del mundo globalizado, y en ella parecen escribirse las reglas de juego de su circulación y producción, no tan ajenas, por otra parte, al resto de los discursos que nos circundan. Blogs, *Podcastings*, Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, Youtube, TikTok entre otras se manejan a la perfección entre diferentes sustancias expresivas, entre ellas la poética, a veces combinadas con terceras por ser soportes maravillosos para el banco de pruebas experimental, la combinatoria e integración multidisciplinar.

2 Su meta: «establecer «una comunidad de comprensión» con la que inscribir representaciones significativas emanadas de esa sociedad. A veces se trata de intercambio de pensamiento u opiniones compartidas a través del lenguaje» (Merrill/Friedlander, 1992: 41).

Para muestras un botón: la red social radicada en Canadá Wattpad³ (creada en 2006) alberga una amplia diversidad de géneros y aunque la narrativa (en especial los géneros juveniles: *fanficción*, horror, fantasía, aventuras, misterio...) es la más difundida y exitosa por ser lugar preferido por la llamada Generación Z, la poesía tiene sus masivos cultivadores en forma de miles de seguidores; a finales de 2021 presumía Wattpad de integrar a más de 90 millones de usuarios mensualmente, sirviendo de plataforma para el desarrollo de libros convencionales o incluso de películas basadas en éxitos narrativos allí tenidos, con una cuota de negocio al consorciarse con editoriales y productoras poderosas nada desdeñable.

Es un hecho que las editoriales tradicionales viran su centro de atención hacia la comunidad salida de las redes que no tanto de la vieja venerada crítica mediática (radio, televisión, periódicos, revistas) consagrada, conscientes del protagonismo social alcanzado por los llamados *community managers* o *influencers* frente a los ‘popes’ de la crítica de esa mediación en papel u ondas tradicionales. Se trata de una *comunicación* instantánea, ubicua, fresca, con lenguaje directo y juvenil apto a su público, capaz de incidir sin ambages ni mayor mediación que la *naturalidad* con la que *venden* sus discursos, de tú a tú, sin poses ni composturas ni artificio —aparente— de ningún tipo. Sin embargo, no poco detritus sobreinformativo genera la sociedad mediática de nuestro tiempo, de modo que, por mucha naturalidad habida, discernir lo válido se vuelve imperativo, por lo que se supone labor clave —sigue siendo— la filología, los saberes humanísticos, y cuantas herramientas específicas al alcance siguen alumbrando este maremágnum hiperdiscursivo de nuestro tiempo.

3. Poetas de la mediación

Sin pretender ni de lejos antologizar, traemos a colación algunas de las poéticas que pueden ejemplificar este nuevo paradigma digital con sus poéticas y acciones líricas de suficiente repercusión mediática y social como para darle cancha en el presente trabajo.

Cabe decir que las redes responden a impulsos propios de un soporte hipersaturado de información tal que dos leyes rigen la presencia de lo poético: brevedad y dejación. Ambas están relacionadas: el usuario, ante la saturación de información disponible no es capaz de prestar atención a una noticia más allá de unos segundos, de ahí que surja una modalidad poética en este tiempo escurrida apta para la mente disrupta del nuevo lector nativo digital. Así lo «micro» parece perfecto aliado de las nuevas tecnologías, en el que la poesía puede competir de forma privilegiada. Ni siquiera la fragmentariedad del poema de antaño parece meta suficiente, de manera que la web y sus chismes tecnológicos todavía han seguido hollando más la fragmentariedad en busca de pieza mínimas, generando micropoesía o también hay quien denomina «nanopoesía» a piezas líricas totalmente completas, autónomas y divulgables por sí mismas: lo que vale ahora es el peso mínimo en un archivo informático.

Heredera de la cultura *underground* de la Movida madrileña de los ochenta, la poetisa madrileña María José Martín (1963) firma sus obras con el nombre de Ajo; ha actuado junto a grandes músicos

3 Plataforma *online* de lectura y escritura gratuita (aunque en la actualidad existe una modalidad de suscripción Premium sin molestias de publicidad) que permite interactuar a autores y lectores, posibilitando la votación y el comentario de lo expuesto. Cuenta con escritos en más de 50 idiomas y el español es la segunda lengua de la red. La propia plataforma ha creado los premios Watty con los que reconocer la popularidad de las historias votadas y posicionarlas convenientemente en portada.

como Julieta Venegas, Nacho Mastretta o Paco Soto Ivars, y más recientemente junto a la música Judit Farrés. Hace giras internacionales tanto en América Latina y Norteamérica como en Europa con lo que llama «microshows» poéticos. Recita para un público amplio micropoemas breves, ácidos y melancólicos al tiempo que irónicos. Muchos de ellos nacidos de su cuenta de *twitter* en una primera publicación en papel llamada *Micropoemas, 1* (lleva 7 ediciones a fecha de 2022⁴); *Micropoemas, 2* posee licencia Creative Commons y está publicado por Arrebato Libros (2007) con cuatro ediciones en marzo de 2010. Ha vendido más de 50.000 ejemplares de sus cuatro poemarios publicados desde 2005. Presume de publicar micropoesía de no más de cinco versos, en lo que llama «librines». Quizá da la clave de su éxito en una entrevista, respondiendo directa que: «A los jóvenes les nombras la palabra poesía y prefieren darse con una maza en la cabeza antes de ponerse a leer un poemario, por eso yo he querido siempre golpearles con micropoemas comprensibles acompañados de música», a lo que sigue con desparpajo: «Para mí lo importante como poeta es que se me entienda, que no sea una poesía oscura, quiero hacer feliz a la gente y hacerla reír porque en nombre de la poesía se ha dado mucho el coñazo» (García Rey, 2018).

El grafitero y bloguero Alberto Basterretxea se hace llamar Batania Neorrabioso, pseudónimo con el que firma pintadas poéticas recopiladas en formato libro bajo el título *La poesía ha vuelto y yo no tengo la culpa*, compuesto por 75 pintadas, 66 poemas, 49 tuits, 47 meteoros, además de relatos y lo que llama «artículos festivos» en un popurrí de material de lo más variado. En su origen grafitis en las paredes de Madrid, a veces con minipoemas críticos que suponen verdaderos golpes de conciencia que fotografía posteriormente para su documentación; los llama «poesía susto» porque van en busca de la conciencia del viandante de la ciudad. Ligado a los movimientos sociales como el 15-M, su fórmula la define como «blog + aerosol + mucha caradura» (García de Blas, 2011), y pretende esa incidencia inmediata sobre un sector amplio como es la población urbana que de normal no acude a la poesía.

Tildados por estos santones de la comunicación como «nueva poesía», en este hilo de la exposición abochorna traer a colación al mediático publicista y presentador Risto Mejide (1974), quien en



Ajo y Farrés en uno de sus microshows



Pintada poética de Batania Neorrabioso

4 Ajo, *Micropoemas 1*. Madrid: Editorial La Luz Roja, 2005.

populares redes sociales ha dejado patente su almibarada impronta romántica en forma de práctica poética que aprovecha el tirón de su popularidad televisiva (en programas de entretenimiento) para poseer seguidores que le recitan y versionan en las redes sociales.



Cartel de gira de Marwán

que hago una poesía muy cercana, con capacidad para emocionar. La potencia emocional de mis poemas es lo que creo que me hace destacar», y a respuesta de (la periodista de) lo que ofrece a «lectores adolescentes», dice ser *sencillez* y *cercanía* «a la hora de abordar emociones complejas», a lo que sigue: «Tengo obsesión por la claridad, porque me gusta que me entiendan, me gusta el contacto íntimo, y creo que si retuerzo las cosas me va a entender mucha menos gente», y se pone sobre el debate su mencionado «amor de consumo» en la era Tinder, a más de referir la periodista «la cursilería» como posible línea roja a no cruzar (Sánchez-Mellado, 2021).



Fotograma de videoocreación de Yolanda Castaño

de vídeo y recitado al tiempo que de letras y performance. Ha publicado algún libro-CD como *Edénica* (2000) resultado de esta hibridación artística desprejuiciada. En su caso, avalada por destacados premios gallegos y nacionales, y reconocida internacionalmente su singular labor multidisciplinar, ha sido traducida a terceros idiomas como alemán, árabe y ruso. Al margen de publicar en editoriales gallegas reconocidas, ha publicado en Visor Libros.

También bajo esa etiqueta, aunque de otro cariz, es el popular cantautor Marwan (1979), quien desde 2013 lleva publicando poemarios bajo el sello del grupo editorial Planeta, con el que alcanza tiradas de decenas de miles de ejemplares (elevado a casi 200 000 ejemplares vendidos por sus cuatro libros de poesía a decir de algún medio de comunicación). Autocriticándose refiere respecto al éxito de su quehacer poético que «no tengo un gran dominio de la técnica ni del vocabulario ni de los recursos estilísticos. Lo que sí creo es

La reconocida poeta gallega Yolanda Castaño (1977) ha realizado performances poéticas multimedia (videocreaciones híbridas tendentes a fundir poesía con artes plásticas, música, danza, arquitectura, performance, entre otras) donde integra recitado, letras, música, danza incluso y otras artes visuales, como es el caso de «O video de egoísta»⁵, donde la propia poeta recita acompañada por imágenes con alto componente sensitivo que protagoniza ella misma en plena naturaleza con integración

5 Véase en <<https://www.youtube.com/watch?v=0kSv4w1aTP8>> [consultado el 27/01/2015].

Luna Miguel (1990), editora y escritora en diferentes vertientes, desde 2010 lleva editando su producción poética en la editorial La Bella Varsovia, en cuyo Blog personal además de en su canal de Youtube, vierte contenidos a sus miles de seguidores. En una entrevista en *ICON* confiesa: «Hay escritores de imaginación y escritores de experiencia. Yo pertenezco a los segundos, mi escritura se alimenta de lo más íntimo, aunque eso pueda dejar cicatrices» (Echarri, 2021).

Bajo pseudónimo firma la poeta zaragozana Irene X (1990), ganadora en 2018 del Premio Espasa de Poesía a menores de 35 años. Muy activa con sus versos en Facebook, Instagram o Twitter. Sin complejos, es capaz de declarar: «Lo hemos dicho casi todos ya. Poesía, yo creo que no hacemos ninguno.» (García, 2018).

Sara Búho (1991), apellido resultante de la contracción de sus dos apellidos, comenzó compartiendo poemas en un blog acabando por obtener notoriedad en redes sociales, hasta el punto de contar con 422.000 seguidores en su cuenta de Instagram. Ha participado en encuentros literarios internacionales por toda América, como exponente de la llamada poesía 2.0, y desde 2016 ha publicado en formato libro en editoriales sensibles al mundo digital como Valparaíso Ediciones o en editoriales de grandes eventos como Editorial Lunwerg.

El caso de Loreto Sesma (Zaragoza, 1996) es el de una conocida *youtuber*, que se alzó con el Premio Internacional de Poesía Ciudad de Melilla en 2017, conocida por sus temáticas de amor fallido, incertidumbre sobre el cambio y temores adolescentes. Ha publicado en la editorial Espasa poemarios como *317 kilómetros y dos salidas de emergencia* (2015) y *Amor revólver* (2016), ofreciéndole la editorial difusión internacional en América Latina. Ha realizado giras con recitales a niveles nacional e internacional en América Latina. Sus poemarios incluyen CD de recitado de poemas



Portada digital de entrevista a Luna Miguel en *ICON: El País*



Sara Búho en *Telva*



Loreto Sesma en *Elle*



Cartel publicitario protagonizado por Elvira Sastre

de la autora y acompañamiento musical de Víctor Mazzilli.

El rostro sin duda más reconocible de la poesía es el de Elvira Sastre (1992), por haber protagonizado una prolongada campaña de una conocida marca de cerveza. También ha publicado en Valparaíso Ediciones, además de en Visor, y novelas en Seix Barral, Destino o Alfaguara. Es traductora. Sus libros se cuentan por ediciones, y en algún caso publica textos en prosa con aforismos que vienen ilustrados. En 2019 la revista *Forbes* la integra dentro de la lista «Los cien más creativos» codeándose con talentos internacionales. Ha realizado recitales a dos voces con el cantautor Andrés Suárez, con miles de asistentes en auditorios como el WiZink Center. *Elvira en voz* es un

álbum musicado de doce poemas recitados con banda sonora. Realiza recitales con giras por España y América Latina. En las redes posee miles de seguidores, constituyendo un auténtico fenómeno social.

Aunque no todos los seleccionados para el presente trabajo, sí la mayoría tienen en su haber giras nacionales e incluso internacionales de conciertos con sus recitados musicales respectivos, la venta exitosa de ejemplares en papel tras el aval de miles de seguidores en las redes sociales que han propiciado (de hecho muchos de ellos han sido conocidos y reconocidos antes en las redes sociales que no en papel en publicación tradicional) haciendo del tradicional género poético un lugar masivo de amplia difusión aprovechando las sinergias de esas redes sociales que controlan y las posibilidades de la amalgama discursiva multiartística en la misma (y en vivo incluso en sus recitales). Dominan canales como Youtube, Instagram, Twitter, Tiktok erigiéndose ellas mismas en *influencers*. Prácticamente todas escriben con un lenguaje coloquial, informal, muy directo, crudo incluso, aforístico, con propensión a ocuparse del amor, e incluso del sexo de forma íntima, de expresión marcadamente sentimental (a veces pasa por puro desahogo sentimental, ingenuidad posadolescente propia de libros de autoayuda), y a veces integran dosis de supuesta carga social pero rayando cierto panfletarismo superfluo. Aunque muchas se dieron a conocer en el ámbito virtual de Internet, su éxito les ha correspondido con la publicación en formato libro en papel tradicional con el aval de grandes e incluso internacionales sellos multinacionales editores, en algún caso en alguna editorial especializada y reconocida de poesía pero en otros sin mayor arraigo poético en colección específica alguna por el fenómeno que suponen en sí. Casi todas esas voces han recibido la inusitada atención de revistas de moda, belleza, tendencias e incluso *celebrities* de masiva difusión como *Telva* o *Elle*, o de cultura popular como la revista *Don*, además de las propias de revistas adscritas de grandes diarios nacionales como *Tentaciones* o *ICON* de *El País*, *El Cultural* de *La Razón* y haber aparecido entrevistadas por diarios como *El Mundo*, *El confidencial*, *El País*, *elDiario.es*, etc. Hay en ello un tratamiento próximo al concepto ampliamente divulgado en el papel *couché* del anglicismo *socialite*: lo cultural extrapolado a lo social, festivo, la moda, el ámbito de las exclusivas.

4. Poesía en la urbe

Incluso cuando la poesía clásica o de autores consolidados es fuente de reclamo y presencia social, normalmente a través de la publicidad, se hace en arreglo a la carga sentimental y romántica que la sociedad proyecta sobre ella, en marquesinas perfectamente delimitadas sobre los parques temáticos que se han convertido nuestras ciudades, generando el contorno identitario del escritor un lugar y trabajando esa superficialidad. Tal es el caso de la diada o festividad de la Comunidad Valenciana el 9 de octubre (2021), día de Sant Dionís⁶, cuya ciudad de Valencia amaneció por esos días con marquesinas y mupis (mobiliario urbano para información), bajo el nombre de «#Valènciaenamorada» cubierta de versos de poetas de su tradición clásica como Ausiàs March o contemporánea como Vicent Andrés Estellés.



Campaña publicitaria en la ciudad de Valencia en la festividad de Sant Dionís 2021. Fotos: Helena Ortiz

El Festival de Poesía Joven Rasmia de Zaragoza, organizado por el Servicio de Juventud del Ayuntamiento en colaboración con la Asociación Cultural Noches de Poemía, saca la poesía a la calle todas las primaveras, sobre el asfalto, en los escaparates de comercios, visibilizando a los jóvenes poetas en el espacio urbano con su creación de una forma singular. De ese modo, los viandantes de la ciudad pueden pasear sobre versos de una decena de poetas inscritos en los pasos de peatones de céntricas calles (entre Plaza España y Plaza Paraíso). Un total de 12 pasos de cebrá intervenidos por los versos cuyos poemas pueden a su vez ser leídos completos en las redes sociales habilitadas. El año 2022, al que pertenecen las fotografías, además, rinde homenaje al poeta aragonés Ángel Guinda fallecido meses antes. Además, comercios del barrio del Gancho (ruta de peluquerías, librerías, herbolarios, lavanderías) exhiben versos de poetas en ciernes, y el muro del Túnel es lugar donde realizar una intervención poético-artística de Daniel Vera y Maiky Maik. Por otra, el festival se completa con microrrecitales poéticos efectuados en trayectos de tranvía, y un recital al aire libre *ex profeso* en la escalinata de la Diputación Provincial de Zaragoza. El Museo Pablo Gargallo además acoge el recital «A dos voces» entre dos generaciones poéticas locales. Por su parte, un Slam Joven acoge la competición poética a dos rondas «Altercado Slam» en el sótano Mágino, en la que una docena de poetas en ciernes compiten declamando en tres minutos cada uno. E Instagram promete realizar el concurso de

6 Tradición valenciana que se remonta al siglo XVIII llamada «mocaorà» o «mocadorà», en cuyo día los hombres regalan a sus enamoradas dulces elaborados en mazapán envueltos en un pañuelo (así llamado «mocador»).



Versos en pasos de cebra del centro de Zaragoza durante la celebración del Festival de Poesía Joven Rasmia, 2022.
Fotos: Virgilio Tortosa

videopoemas #VersosConRasmia. Por otra, versos para curar el alma son los ofrecidos en la consulta poética sin cita previa atendida por la especialista Doctora Royuela, abierta en plaza España y en el campus universitario de San Francisco bautizado como «Poesicilina». Por su parte, una interacción entre música y poesía se celebra en el festival «Rapsodas de cierzo» abrazándose rap y poesía en el escenario del centro cívico La Almozara.

5. A más que transmitir, menos que decir

Los medios degluten todo a su alcance para convertirlo en objeto de su transacción, ya se trate de un presentador televisivo ya de un locutor, y por supuesto ya de un poeta si alcanza audiencias amplias como es el caso de alguno de los anteriores. Pero los *media* no dejan de banalizar convirtiendo en pasto masivo lo que históricamente ha sido lugar de iniciados o —convencionalmente— alta cultura, bien que en un lejano pasado la poesía fuera propiamente ámbito de público estrictamente popular (durante la fase de la oralidad). Y en esta mediación que practican convierten en altavoz lo que ya de por sí es mediático, rediscursivizando como *nuevo* lo que es viejo. Alardean, pues, no todos pero sí muchos, de los poetas mediáticos de este tiempo, de bajar la poesía del pedestal, hacerla digerible, asumible por un público amplio, aun a costa en parte de presumir de desconocer e incluso de prescindir del arte tradicional de la composición poética (métrica y retórica incluidas) en aras a esa inclusión masiva de público de que gozan. Así, no siempre pero en numerosas ocasiones, se cae en lo que alguien para su asombro diagnosticaba como vaciedad, palabras huera, dramatismo fácil, felicidad artificiosa, sentencias de autoayuda y deplorable nivel general de composición, además de influencia excesiva del medio visual, en multitud de ocasiones cayendo en la pose del *meme* con formato de red social. Banalidades, tópicos manidos de la presente sociedad mediática y simplezas en letra de molde, incluso defectuosos escritos desde el punto de vista ortográfico (Sánchez Martín, 2021), en muchos casos bendecidos por la etiqueta de «nueva poesía» bien que la realidad es otra al ser producto del fenómeno mediático que arrastran, y a tenor del número de seguidores que acumulan con las Nuevas Tecnologías. Pero cabe preguntarse, ¿qué fue antes el huevo o la gallina? ¿Fueron estos poetas nativos digitales antes que su difusión masiva? La respuesta bien pudiera ser sí.

Si a finales de siglo pasado era lugar común del debate poético el exceso de simplismo alcanzado, unas décadas más tarde parece no tener límites el lugar por el que ha rodado la pendiente de la poesía más difundida de nuestro tiempo.

Persiste en buena parte de esta escritura poética la comunicación directa, una sentimentalidad altamente condensada, el malditismo propio de terceros discursos como cine y ficción narrativa, la

cotidianeidad, lo testimonial y la exteriorización de lo íntimo en lo que ha sido llamado «extimidad», gran presencia audiovisual, histrionismo, enfatización de la identidad hasta extremos de narcisismo grandilocuente, subjetivismo, dominancia de la oralidad y coloquialismo incluso antipoético, lejos de cualquier escanciado métrico al uso pero también del vanguardismo experimental indagador, influencia extrema de la cultura pop musical, de ahí la instantaneidad y sentimentalidad, pero también culto a la juventud en lo que se ha llamado «efebolatría». «Lirismo primario» ha sido llamada esta sarta de expresiones poéticas de fácil consumo ante la baja formación de sus responsables, bien que hay una convicción en buena parte de ellos de no considerarse adscritos a la menor élite cultural ni artística, sino todo lo contrario *amateurs* en aprendizaje perpetuo, lo que legitima su condición no necesariamente de autoexigencia. Desde luego la mujer ha encontrado su cauce con el que abrirse paso para su expresividad frente a tiempos pasados en que su simple condición de género le reportó una marginalidad.

Tarea que consideran democratizada del quehacer poético pero que sirviendo así a la industria o al sector del entretenimiento del que parten y al que vocacionalmente se dirigen no pretende otra cosa sino su inmediata rentabilidad: mercantilización que devalúa sus ingredientes al despremiar lo que tienen todos esos poetas a sus espaldas y la autoexigencia reelaboradora como siempre ocurrió. El antaño concepto de originalidad ha sido sustituido por el de *best seller*, el de autor por el de *celebridad*, la calidad por los *likes*, el de lector por el de seguidor (*follower*), y cualquier función crítica intelectual ahora es sustituida por la identificación emocional sin más cortapisas. La demagogia tizna el total del mecanismo en la cadena de producción, nivelando lo políticamente correcto su resultado en una capacidad de réplica del mensaje inaudito: trivialización es su resultado más palpable en una parte considerable de estas poéticas. Un modo de dirigirse al lector común, al acostumbrado a la lectura apresurada en pantalla del móvil. Quizá desde esa perspectiva se puedan entender fenómenos crecidos en Twitter como Defreds (pseudónimo de José A. Gómez Iglesias, 1984), quien publicaría pequeñas frases a lo largo de los años hasta que en 2021 su compilación en formato libro lleva vendidos más de 150.000 ejemplares, con giras difusoras amplias, y ventas anunciadas en Amazon, entre otros puntos importantes. Fichado por Espasa, desde 2017 lleva publicando cuanto produce. Una amplia gama de *merchandising* publicita sus frases en toda clase de productos domésticos⁷.

¿Cómo hemos llegado hasta aquí? Es un hecho hartamente extendido que la lectura ha entrado en declive; hay poetas nativos digitales que revelan a las claras no leer sin más prejuicios. La capacidad de atención lectora (tanto de usuarios de las pantallas como de lectores) se ha encogido progresivamente. La responsabilidad recae en el aluvión de estímulos que recibimos en nuestro presente tecnológico, difícil de digerir, y principalmente por vía de redes sociales, aplicaciones móviles y chismes tecnológicos varios que cohabitan en nuestros hogares: una *infoxicación* imposible de atender a cuanto mensaje surge; la clamada sustitución del *homo sapiens* por el *homo videns* en acertado pensamiento de un conocido filósofo italiano. La venta de audiolibros en cambio permite compatibilizar con terceras funciones sin monopolizar una tarea⁸. De atender a las cifras, las evidencias parecen tozudas al respecto: la poesía está irremediablemente de moda en Occidente. Ahí está el fenómeno masivo de la

7 <<https://www.tantanfan.com/defreds/>>

8 Sergio C. Fanjul, «El increíble caso del superventas menguante», en *El País/Cultura*, 03/05/2022, <<https://elpais.com/cultura/2022-05-03/el-increible-caso-del-superventas-menguante.html>>

joven «instapoet» canadiense, de origen hindú, Rupi Kaur, con más de cinco millones de ejemplares vendidos una treintañera que cuenta con casi tres millones de seguidores en Instagram, y que ha sido traducida a más de 30 idiomas, liderando las listas de libros más vendidos en muchos países. En España precisamente traducida por Elvira Sastre en edición de Seix Barral. Las cifras se miden en miles de ejemplares, algo insólito en una vertiente históricamente minoritaria. El movimiento *#instapoet* (fenómeno de los *instapoetas*) encabeza el ranking de ventas. Editoriales sabuesas huelen el éxito posible apostando por la frescura de una escritura susceptible de ser leída por jóvenes a los que tratan de tú a tú, y los grandes sellos han virado hacia el sector al sentir carnaza, llegando inclusive a crear colecciones propias con diseños adaptados ilustrados y de características pop, a los efectos, con los que atraer a su público connatural.

Desde mitad de la primera década encuentra Martín Rodríguez-Gaona (2019: 13) motivos para pensar que premios o editoriales consagradas con su pertinente difusión en prensa nacional han dejado de ser el fundamental filtro de publicación en papel (como antaño), por lo que llevamos casi dos décadas con la madurez de Internet y sus llamadas todavía Nuevas Tecnologías posibilitando el surgimiento de lo que llama «poetas *prosumidores*», al tiempo que la autopromoción en red de los propios poetas permitió una *visibilidad* y una rentabilidad inéditas (Martín Rodríguez-Gaona, 2019: 13) conforme iba en retirada el soporte impreso a costa del auge y dominancia del digital, en una modificación de las condiciones de producción que obliga también al cambio de las condiciones de recepción, y de su relación entre ambos tradicionales roles (emisor/autor y receptor/lector o espectador-usuario). La edición en soporte papel tradicional podemos decir que va a remolque de y se beneficia de las consecuencias ampliamente difusoras del ámbito estrictamente digital. Una sobreproducción y saturación la creada por estos poetas nativos digitales tal cual la gran Red en la que se mueven y que dominan con sus herramientas más versátiles según la ocasión. Así que importantes sellos editoriales (de cariz nacional pero con trascendencia internacional) han hecho suyas las propuestas bendecidas previamente en las redes sociales, y en arreglo a ellas se diseñan estrategias difusoras de sus productos editoriales (Martín Rodríguez-Gaona, 2019: 16). Una práctica poética por parte de algunos *youtubers* asimilada a lo que se ha llamado «poesía pop tardoadolescente», en cualquier caso y por encima de todo con decidida vocación publicitaria con que nacen, en un concepto creativo que bascula entre la autoayuda y el *souvenir* o amuleto dice (Martín Rodríguez-Gaona, 2019: 17) sin voluntad de estancarse en ello merced al privilegio mediático y comercial de que gozan y la esperanza de evolución conforme alcancen madurez. Por de pronto, parecen en muchos casos hacer honor a aquello de que cuanto más se puede transmitir menos hay que decir.

6. Infomaniacos seguidores

Llegados aquí no parece objeto de rivalidad hoy la vieja querrela mantenida a mediados de los años cincuenta en el panorama poético español, por ser labor comunicativa pero especialmente cognitiva o gnoseológica la de la escritura poética. No existe posibilidad de defender el enfrentamiento de aquella vieja y hoy absurda polémica de posguerra, pues su doble cariz marca la impronta de un discurso que lleva parejas ambas caras de una misma moneda, sin renunciar por supuesto a su carácter cognitivo de partida.

Sin embargo, una mansa rendición a las formas de seducción de nuestro tiempo digital (que es tanto como afirmar un dominante narcisismo impúdico y exhibicionista a través de sus redes sociales) lleva a precarizar todo lazo social presencial (neutralizando el contacto íntimo cotidiano) en

favor del mediático en lo que el filósofo de origen surcoreano Byung-Chul Han llama «sociedad del cansancio». Un mundo que entiende enfermo de *infomanía*, donde sólo importa (muy por encima del hiperconsumo y la hiperproducción) el apilamiento de datos e informaciones, todo «un torbellino de actualidad» (Fanjul, 2021) puesto a prueba y llevado hasta sus últimas consecuencias precisamente durante el desasosegante aislamiento pandémico por haber sido objeto de consumo masivo. Digitalización que nos convierte en lo que Byung-Chul, en término prestado, llama *homo ludens* al ser el juego (placer ludópata, ciberjuego en el presente caso) fin en sí, con la correspondiente adicción de los tecnousuarios. El *confesionario-smartphone* dirime el total de nuestras relaciones (personales, familiares, sociales, laborales) al erigirse en proyección íntima de la personalidad, a la que brindamos fragmentos de nuestro tiempo por imposibilidad de fijar la vista de forma permanente en la metralla de los minutos de navegación. Una percepción mediada de la realidad que es más perceptual que no cognitiva. Pasto de *big data* sin mayor distinguo a la postre servido como alimento cultural para rebaño aleccionado para la fácil digestión en la comida basura de nuestro tiempo. Debray lleva a cabo una clarificadora distinción entre comunicar y transmitir, pues la primera interesa asuntos, mientras que la segunda *transforma*, generando esta última como hacen los profesores una «corriente entrópica» entre sujetos identitarios (místico, brujo, bardo, aedo, juglar, trovador, poeta, maestro) con el que revalidar «valores y competencias [...] que asienta [...] la personalidad de un colectivo» (Debray, 2000: 27). Una esencial diferencia entre «transporte» y «conocimiento» de esa información. Una forma más de perdurar la memoria humana que recorre estadios humanos de evolución desde bien antiguo, en tanto especie singular y diferenciada susceptible de generar memoria de la humanidad (Debray, 2000: 31), infinitamente más poderosa que la del individuo más dotado. Lo que el pensador francés ha llamado «mediaesfera» (designa al «medio tecnosocial de transmisión y de transporte dotado de un espacio-tiempo propio» [Debray, 2000: 51]). Pero el «medio», frente a lo que pretendiera McLuhan, no es término unívoco sino multisentido al referir no sólo al *soporte físico* de inscripción y almacenaje de información, o incluso al *dispositivo de difusión* con su correspondiente modo de circulación (manuscrito, impreso, numérico), sino también al *código social de comunicación* e incluso al *procedimiento general de simbolización* (articulación lenguaje, grafismo sígnico, imagen analógica).

Frente a lecturas narcotizantes o sumamente complacientes de la «nueva poesía», puesta en dialéctica con la coyuntura histórica que vive y con las coordenadas históricas desarrolladas, debemos entender en proceso el éxito de estas poéticas engarzadas en las que no lo son tanto o siquiera en parte, porque como nos enseñara la producción poética de por ejemplo Ramón de Campoamor no siempre queda lo que goza de prestigio y fama en cada momento; así que se hace imperativo interpretar con instrumental crítico y académico lo advenido frente y en tensión con la existente para deducir sin anteojeas o miopías posibles. Nuevos modos de modulación, producción y recepción estética se llevan produciendo en lo que llevamos de era digital, pero tampoco sus seductoras formas nos deben deslumbrar hasta el punto de impedirnos ver su interior al completo. Quizá el sosiego, la soledad, la oscuridad, la ceguera sigan siendo paso previo a la visión. No deberíamos olvidar en ningún caso que, como bien nos recuerda A. Saldaña, la poesía no atañe a asuntos de sentimiento sino de lenguaje (2008: 39).

Bibliografía

- DEBRAY, Régis (2000). *Introducción a la mediología*, trad. N. Pujol. Barcelona: Paidós/Comunicación, 2001 (orig. fr. *Introduction à la médiologie*. París: PUF).
- ECHARRI, Miguel (2021). «Luna Miguel: “Mi escritura se alimenta de lo más íntimo, aunque eso pueda dejar cicatrices”», *ICON/El País*, 17/05/2021. Disponible en: <https://elpais.com/icon/2021-05-17/luna-miguel-mi-escritura-se-alimenta-de-lo-mas-intimo-aunque-eso-pueda-dejar-cicatrices.html> [última consulta: 5/05/2022]
- FANJUL, Sergio C. (2021). «Byung-Chul Han: “El móvil es un instrumento de dominación. Actúa como un rosario”», *El País/Ideas*, 9/10/2021. Disponible en: <https://elpais.com/ideas/2021-10-10/byung-chul-han-el-movil-es-un-instrumento-de-dominacion-actua-como-un-rosario.html> [última consulta: 9/10/2021].
- GARCÍA, Ignacio (2018). «Cultura binaria. La nueva poesía se hace en Instagram», en *La Vanguardia*, 5/09/2018. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20180905/451624101286/rupi-kaur-poesia-instagram-nuevos-poetas.html> [última consulta: 6/02/2023].
- GARCÍA DE BLAS, Elsa (2011). «El grafiti poético ‘neorrabioso’», *El País*, 25/07/2011. Disponible en: http://elpais.com/diario/2011/07/25/madrid/1311593062_850215.html [última consulta: 25/01/2015].
- GARCÍA REY, Marcos (2018). «La poeta punki que más vende: “El mezcal es mi musa”», en *El Confidencial*, 24/09/2018, en https://www.elconfidencial.com/cultura/2018-09-24/poesia-ajo-espectaculos-recitales-punk_1618084/ [última consulta: 24/04/2022].
- FRIEDLANDER, E. (1992). *Medios de comunicación social. Teoría y práctica en Estados Unidos y en el mundo*, trad. M. Ardila. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- RODRÍGUEZ-GAONA, Martín (2019). *La lira de las masas. Internet y la crisis de la Ciudad letrada*. Madrid: Editorial Páginas de Espuma/Voces Ensayo.
- SALDAÑA, Alfredo (2008). *Hay alguien ahí*. Zaragoza: Papeles de Trasmoz/La Casa del Poeta/Olifante Ed. De Poesía.
- SÁNCHEZ MARTÍN, Luis (2021). «Esa poesía de la que usted me habla», en *eldiario.es*, 29/09/2021. Disponible en: https://www.eldiario.es/murcia/leer-el-presente/poesia-habla_132_8347297.html [última consulta: 30/09/2021].
- SÁNCHEZ-MELLADO, Luz (2021). «Marwan: “Soy un pornógrafo emocional”», en *El País*, 25/04/2021. Disponible en: <https://elpais.com/cultura/2021-04-25/marwan-soy-un-pornografo-emocional.html> [última consulta: 26/04/2022].